



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

AUTORES:

Benavides Reyes, Sharon Michelle (ORCID: 0000-0002-5233-1851)

Torres Macias, Eliezer Walter (ORCID: 0000-0001-5055-9759)

ASESORES:

Rios Incio Felipe Anderson (ORCID: 0000-0001-7049-8869)

Prado Morales, William Reynaldo (ORCID: 0000-0002-0136-4901)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

TRUJILLO – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Quiero dedicarles mi investigación y mi gran triunfo a mis padres, que durante estos cinco largos años estuvieron apoyándome. Sé que se sienten orgullosos de mí, por haber sacado mi carrera adelante.

Igualmente le dedico mi tesis con mucho cariño a mis hermanos, que siempre estuvieron dándome aliento, son las personas que más amo y nunca los defraudaré, porque sé lo mucho que han hecho para darme mi carrera profesional.

Atte: Walter Torres

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi tesis a mis padres, que siempre me han venido apoyando y alentando día a día para cumplir mis objetivos y porque sé el esfuerzo que han hecho por darme una educación, ellos han sido parte del esfuerzo y dedicación durante estos cinco años de mi carrera profesional. Dedico mi tesis con mucho cariño a mis hermanas y mis tíos quienes me apoyaron moralmente para lograr este triunfo.

Hoy comparto un triunfo profesional con toda mi familia, los quiero y amo mucho, estoy feliz por el gran ejemplo y la educación que me brindaron en mi hogar, y nunca los defraudaré, sé que están muy orgullosos de mí.

Atte: Sharon Benavides

AGRADECIMIENTO

Quiero darle gracias en primer lugar a Dios. También quiero agradecerle a toda mi familia en especial a mi padre, mi madre y mis tres hermanos, personas que nunca dejaron de creer en mí, siempre estuvieron dándome palabras de aliento y nunca me faltó su apoyo.

Igualmente agradecer a todas las personas que pusieron su granito de arena para poder culminar mi carrera y ser lo que soy ahora, un hombre fuerte, perseverante y luchador.

Me siento orgulloso de haber sacado adelante mi carrera, no fue nada fácil, pero lo logré y me doy cuenta que el que persevera alcanza, ahora estoy terminando un ciclo más en mi vida.

Atte: Walter Torres

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por permitirme lograr un triunfo profesional, a su vez quiero darles las gracias a toda mi familia, principalmente a mis padres que con mucho esfuerzo y trabajo dieron todo por darme una educación profesional.

Así mismo, agradezco a mis profesores quienes con su dedicación y enseñanzas aportaron para el desarrollo de mi profesión y poder culminar mi carrera con total satisfacción.

Finalmente, me siento muy feliz de poder terminar una etapa de mi vida profesional con ayuda de todos ellos, me siento muy orgullosa por el empeño, dedicación y esfuerzo que he venido realizando durante los cinco años de estudio.

Atte: Sharon Benavides

Índice de contenido

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	14
3.3. Escenario de estudio	16
3.4. Participantes	16
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.6. Procedimiento	17
3.7. Rigor científico	17
3.8. Método de análisis de datos	18
3.9. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla N° 1	24
Tabla N° 2	25

Índice de figuras

Figura N° 1

Estructura de una portada digital

7

Resumen

Las portadas del diario virtual La Industria, buscan captar la atención de sus lectores, mediante noticias de crímenes y desastres, logrando una mayor participación de sus suscriptores, incrementando su interacción digital. Es por ello, que la investigación tuvo como objetivo general: determinar el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19 en el mes de abril de 2020. El tipo de investigación fue aplicada – cualitativa, con un diseño fenomenológico. Uno de los resultados principales, fue que las portadas del diario virtual la industria utilizan ciertas características sensacionalistas para generar mayor interacción entre sus suscriptores. Así mismo, los suscriptores son conmovidos emocionalmente por las portadas, generándoles miedo, pena, tristeza. Al ser conmovidos, tienen una respuesta en consecuencia, como dar likes y compartir las portadas. Finalmente, se concluyó que el impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de facebook es totalmente negativo. Esto se confirmó mediante el análisis del producto periodístico y el análisis de los comentarios de los suscriptores.

Palabras clave: Interacción digital, portadas virtuales, pandemia.

Abstract

The covers of the virtual newspaper La Industria, seek to capture the attention of their readers, through news of crimes and disasters, achieving a greater participation of its subscribers, increasing your digital interaction. That is why the research had as a general objective: determine the impact generated by the covers of the virtual newspaper La Industria in the digital interaction of Facebook subscribers during the covid-19 pandemic in the month of April 2020. The type of research was applied - qualitative, with a phenomenological design. One of the main results, It was that the covers of the virtual newspaper the industry use certain sensational characteristics to generate greater interaction among its subscribers. Likewise, subscribers are emotionally moved by the covers, generating fear, pain, sadness. Being moved, they have a response accordingly, like liking and sharing the covers. Finally, it was concluded that the impact of the covers of the virtual newspaper La Industria on the digital interaction of Facebook subscribers is totally negative. This was confirmed by analysis of the news product and analysis of subscribers' comments.

Keywords: Digital interaction, virtual covers, pandemic.

I. INTRODUCCIÓN

Con el incremento de los medios digitales, gran parte de la población peruana está intensificando el uso de sus dispositivos móviles para acceder a revistas, diarios y medios de diversa categoría (Lira, 2019). Cada soporte online, cuenta con un espacio privilegiado donde se puede exhibir sus características, ya sean formales y de qué contenido tratará el medio. Este espacio es donde se construye la identidad pública que es reconocida por los suscriptores.

Cuando hablamos de espacios privilegiados nos referimos a las portadas. Es la parte fundamental y más sobresaliente de los diarios; si no llega a causar impacto, nadie prestará atención, y el nivel de interacción sería muy bajo, lo que conlleva a las pocas vistas, comentarios y acción de compartir.

Facebook cuenta con un sistema de monetización (ganar dinero mediante la actividad desarrollada a través de una página), que sirve para dar publicidad a productos y servicios de cualquier categoría; siempre y cuando la página tenga una cierta cantidad de suscriptores que se solicita como requisito.

Es así, que distintas fan page de Facebook, ya sean de entretenimiento, información, cultura, entre otras; buscan el incremento de sus seguidores, puesto que a mayor suscripciones, más vistas y comentarios tendrán sus portadas; por ende, tendrán mayores ingresos.

Ejemplificamos un caso: Cuando un diario virtual utiliza una portada con imágenes o titulares sensacionalistas, estas provocarán un impacto en la interacción del suscriptor. Es decir, al ser conmovido emocionalmente, responderá con un comentario ya sea positivo o negativo, incluso compartirá el *post*, generando entradas extras para la empresa.

La Industria es un diario peruano que se fundó en Trujillo un 8 de noviembre de 1895. En la actualidad es considerado como el diario líder del norte del país; cuenta con varios grupos editoriales: El diario Satélite de Trujillo, revistas de cada fin de semana, el diario La Industria de Chiclayo y Chimbote, Ruedas & Tuercas.

La Industria tiene como director periodístico a Juan José Bringas Céspedes, y cuenta con una página web que diariamente se actualiza con

noticias nacionales y locales. En Facebook cuentan con una fan page, donde se publican las portadas, noticias y transmisiones en vivo.

Una de las principales características del diario virtual La Industria son sus portadas, que buscan de alguna forma captar la atención de sus lectores con noticias de crímenes y desastres, logrando la participación de sus suscriptores a través de comentarios, likes y la acción de compartir.

Por tal motivo, es que nace nuestra interrogante de investigación, ¿Cuál es el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19?

Esta investigación tiene como objetivo general: determinar el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19 en el mes de abril de 2020. Como objetivos específicos: analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria; establecer las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria; analizar los comentarios realizados por los suscriptores en la portadas del diario virtual La Industria; identificar la cantidad de likes, comentarios y compartidas realizadas por los suscriptores en la fan page del diario virtual La Industria; finalmente, evaluar la percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria.

Este proyecto de investigación es de suma importancia, debido al incremento de diversos diarios virtuales en la ciudad de Trujillo. Además, es un tema de trascendencia que se vive en la actualidad, donde miles de peruanos son influenciados por las portadas virtuales. Por ello, esta investigación beneficiará a la sociedad mediante conceptos y características básicas de una portada virtual.

Finalmente, y no menos importante es que este estudio sirva como fuente de referencia para nuevos trabajos y análisis de estudio, señalando un camino a seguir para nuevos proyectos, sabiendo que como comunicadores tenemos la labor de brindar información ética, y hacer tomar conciencia a la sociedad sobre los hechos que se viven en la realidad.

II. MARCO TEÓRICO

Una de las investigaciones previas en el marco nacional es de Casa y Osorio (2016), su investigación se basó en determinar la influencia que genera la prensa sensacionalista escrita en la edificación de la agenda ciudadana.

Como muestra estudiada fueron 400 habitantes de Arequipa, y contó con un diseño no experimental; como técnica de estudio se efectuó la encuesta; y como instrumento un formulario con 29 preguntas. El estudio concluyó, en que la agenda ciudadana es influenciada por la forma en que se representan las noticias; al ser sensacionalistas, tratan de buscar la reacción emocional del público lector para así establecer posicionamiento de las notas periodísticas.

Otro estudio con características similares es el de Ponce (2017), quien en su tesis manejó teorías sobre el sensacionalismo y el lenguaje de los diarios. Su investigación se basó en evaluar el impacto que generan las portadas del diario Trome en la sociedad.

Como muestra estudiada fueron 100 personas que residen en Lima; la técnica utilizada fue la encuesta personal o también llamada encuesta “face to face”; y como instrumento el cuestionario. El estudio confirmó que el lenguaje y los titulares de las notas periodísticas de la portada del diario Trome, utilizan ciertas características que las hacen sensacionalistas; debido a que proyectan un mensaje que juega con los sentimientos.

Davila (2017), en su tesis, consideró como objetivo principal: describir y analizar el tratamiento periodístico de las portadas del diario Trome. La investigación contó con un diseño no experimental – longitudinal y como escenario de estudios la localidad de Lima Metropolitana.

La investigación concluyó que el diario Trome en la mayoría de sus titulares utiliza jergas y sobrenombres, también titulares poéticos y con gran carga emocional; por lo que se le denominó un diario sensacionalista. Por otro lado Díaz (2017), en su tesis con enfoque cualitativo, utilizó un nivel de investigación hermenéutico; y un diseño de estudios de casos.

Como técnica e instrumentos para la recolección de datos, utilizó una ficha de observación de las portadas; concluyendo que en el aspecto no lingüístico, el diario Comercio emplea correctamente el tema visual,

utilizando ilustraciones educativas y artísticas; mientras la parte icónica del Trome fue inadecuada; debido a que sus ilustraciones son un tanto sensacionalistas; buscando impacto visual para generar más ventas.

Si nos vamos al ámbito internacional Yepes (2017), consideró como objetivo principal de su investigación: demostrar de manera empírica que las informaciones deportivas en España tienen que mejorar a nivel periodístico. La investigación contó con un enfoque mixto y como técnica e instrumentos, se utilizó la encuesta y el cuestionario; fue realizado a 282 personas a través de correo electrónico, whatsapp y Facebook.

Finalmente, concluyó que gran parte de los medios deportivos españoles utilizan el sensacionalismo para incrementar ventas y llegar al éxito rápidamente.

Así mismo, una de las teorías relacionadas a esta problemática, es la teoría de la Aguja Hipodérmica. También es conocida como la “bala mágica”, nombre que surgió en las décadas del siglo XX, y se desarrolló entre la primera y la segunda guerra mundial. Además, es considerada como teoría “piquetazo”, puesto que coincide históricamente con todo el peligro dado en las guerras mundiales, por ende su difusión a gran escala de las comunicaciones masivas para la sociedad (Tobar, 2013).

Por otro lado, la aguja hipodérmica consiste que todo mensaje con destino específico sea directamente recibido y aceptado en su totalidad por los receptores. Así mismo, la visión de esta teoría es explicar desde el punto de la psicología conductista como los diferentes medios digitales logran manipular a el público consumidor, donde la información emitida por los medios, llegan al receptor e inyectan el contenido del mensaje produciendo una respuesta en consecuencia (Mendoza, 2017).

En relación con la teoría, se puede decir que los medios de comunicación de masas juegan un rol fundamental para nuestra sociedad; además, son quienes facilitan información cuyo contenido da por cierto y verídico. Es decir, toda aquella información (mensaje), son totalmente verdaderas, pero que tiene que ser verificado por el receptor (Ambort, 2016).

En relación con lo anteriormente mencionado, es importante destacar otra de las técnicas en la que nos sustentamos:

Nos referimos a la teoría de usos y gratificaciones, esta técnica fue la que dio impulso a comprender aún más las funciones del medio para el individuo y para la sociedad. Esta teoría de la comunicación se consolidó en la década de los sesenta, gracias a la aportación de diversos autores como Elihu, Blumler y Gurevitch durante los primeros años del siglo XX. Según Rivadeneira (2016), definió a ésta teoría como la creencia de que los individuos seleccionan y usan de manera distinta los medios masivos para así satisfacer sus necesidades. Es por ello, que los investigadores de usos y gratificaciones desarrollaron tipologías que tratan de identificar las distintas necesidades que la gente deriva de los medios.

Es decir, la sociedad accede a los diferentes medios si estos tienen algo interesante que ofrecerles y sobre todo que satisfaga sus necesidades. No es que las personas se adapten al medio, sino que los medios se adapten a los gustos y necesidades de los individuos.

Así mismo, esta técnica se puede ver reflejada en la realidad, debido a que un gran porcentaje de la población es atraída por el morbo y escándalo. Entonces los medios se adaptan a los diferentes gustos de estas personas, generando portadas, titulares y noticias cargadas de sensacionalismo (Rivadeneira 2016).

Así mismo, otra de las teorías relacionadas a esta problemática es la teoría de los efectos limitados, apareció en la década de los 40, como una corrección a la teoría de la Bala Mágica; esta teoría de Paul Lazarsfeld señala que la sociedad tiene la capacidad de poder interpretar y seleccionar distintos mensajes que los medios transmiten (Bezerra, 2019). Es decir, que la teoría de los efectos limitados tiene un proceso de tres pasos: la atención selectiva, retención selectiva y la percepción selectiva. Dentro de la atención selectiva, la sociedad escoge lo que quiere ver de acuerdo a sus gustos y creencias; en la retención selectiva, es el recuerdo de los mensajes que fueron seleccionados anteriormente; finalmente, en la percepción selectiva, es la interpretación de los mensajes basados en nuestros conocimientos; los mensajes no tendrán los mismos efectos en todas las personas.

Sin importar el enfoque que el emisor quiere dar en el mensaje, el usuario es el que decide que recibir y de qué manera lo recibe. Es decir, esta

teoría trata de explicar y diferenciar que cada espectador recibía de diferentes modos la información (Pérez, 2015).

Otro de los modelos relacionado a nuestra problemática, es el modelo de Gerbner. El cual, busca expresar las formas de la comunicación en todas las dinámicas posibles, pueden ser grupales, interpersonales o masivas (Cely, 2014).

Su fundamento posee dos elementos base, uno es el que produce la información y el otro se encarga de recibir la información, para que de esta forma se realice un tipo de intercambio de conocimientos, tomando muy en cuenta lo que el primer productor de la información asegura (Cely, 2014).

De esta forma, el proceso empieza en el momento que un individuo sea receptivo a un acontecimiento de un preceptor, independientemente de su origen humano o artificial. Los factores involucrados se pueden establecer como físicos de la percepción, o incluso psicológicos, basados en experiencias y suposiciones (Rodrigo, 2014).

Es decir, el individuo tendrá la necesidad de querer comunicárselo a otra persona, elaborando un nuevo mensaje acerca de lo percibido, constituyéndose sobre dos dimensiones, la forma en que entendió la información y el contenido real, relacionándolas entre sí (Rodrigo, 2014). Su propagación se enmarca usualmente en una cadena o red de transmisiones, acompañadas de interpretaciones y percepciones distintas, a través de medios de difusión tradicional y digital.

Para comprender más esta problemática, nos sumergimos en destinos enfoques conceptuales:

El internet para la labor periodística juega un valor importante. Es decir, el periodista viene hacer un ciberperiodista ante los demás, creando de manera creativa los diversos contenidos (portadas) para el medio; por lo tanto, con el acceso a internet tuvieron que modificar las formas clásicas de poder trabajar en las redacciones de los diarios (Márquez y Peñamarín, 2020).

Así mismo, se afirma que una de las partes informativas y de gran impacto de un diario virtual, son las portadas; estas mismas surgen de la necesidad de información de la sociedad.

Según Gutiérrez (2018), mencionó que la primera página es de gran relevancia debido a que es lo primero que impacta; por ello, se debe realizar de forma atractiva, para que las personas que llegan a una bodega de diarios o periódicos, puedan informarse de todos los acontecimientos importantes del día.

De esta forma, podemos ver que las portadas son los principales impulsores de compras, porque generan más recuerdo que su contenido interno. Por ello, los responsables de los diarios, desarrollan las portadas de forma dinámica y seleccionan la información de acuerdo a sus juicios. Se sabe que todas las portadas cuentan con las mismas partes: Cabecera, titular, imágenes, noticia principal, noticia secundaria y otras noticias destacadas; es por ello, que el diseño tiene que ser el diferenciador del diario.

Figura N° 1
Estructura de una portada digital



Figura 1: Estructura de la portada del diario virtual La Industria. 21 de mayo de 2020. Realizado de acuerdo a la línea editorial.

Desde hace mucho, se viene utilizando en las portadas un lenguaje que hace más atrayente a la noticia. Esto es fácil de notar, debido a que el lenguaje utilizado se caracteriza por ser jerguero, coloquial y culto. De esta manera, es más efectivo llegar a su público objetivo. Sin embargo, algunos conceptos del periodismo refutan lo dicho anteriormente, ya que solo se debe informar de manera neutral sin exagerar o sensacionalizar la nota (Fernández y Antón, 2016).

El lenguaje lingüístico de las portadas: son los elementos con componentes textuales. Es decir, cuando hablamos de aspectos lingüísticos, nos referimos a los titulares y textos de un diario o portada (Tumi, 2017).

Existen tres tipos de textos, entre ellos están:

Los textos informativos: tienen como finalidad transmitir datos y hechos de interés, también llamamos textos de opinión: a la forma de expresar e interpretar su punto de vista de la realidad; finalmente, los textos interpretativos: texto que facilita el entendimiento de algún hecho (Tumi, 2017).

Dentro de los aspectos lingüísticos de la portada, también tenemos a los titulares: son el resumen o un extracto de un hecho noticioso, expresa la información más relevante (Tumi, 2017).

El periodismo utiliza los titulares para hacernos creer de que pasan cosas interesantes (Zeta y Atarama, 2018).

Es decir, la función del titular en una portada, es llamar la atención, resumir la información mostrada, y persuadirnos de que lo que estamos leyendo es importante.

Existen varios tipos de titulares:

Titulares apelativos: el titular se centra en el tema de la noticia, pero no informa del hecho. Titulares informativos: informan detalladamente el hecho central. Titulares expresivos: se centra en darle mayor grado al tema a tratar (Ufarte, 2020).

Ufarte detalló que el titular debe tener las siguientes características: Claridad: ser comprensible para el público. Concisión: ser exacto al escoger la idea central. Garra: que llame la atención. Veracidad: que la idea se encuentre en el cuerpo de la noticia (Ufarte, 2020).

En el lenguaje no lingüístico de las portadas, Torres (2019) afirmó que: Es el aspecto no verbal. Es decir, comprende las fotografías, las imágenes, dibujos.

Según Medina (2017), las ilustraciones comprenden la parte gráfica, dibujos y fotografías; utilizadas para priorizar notas y aportar en la información. Los dibujos periodísticos son utilizados para ilustrar un hecho; y, se realizan a través de la lectura de la noticia. Es decir, los dibujos en las portadas de un diario sirven para ilustrar el texto que se quiere informar.

Existe un dicho que dice: “una imagen vale más que mil palabras”, y en la actualidad esta frase tiene mucho de cierto, pues vivimos en un mundo globalizado donde somos bombardeados por imágenes.

Todos los diarios a lo largo del tiempo han demostrado que una foto puede vender más que una nota periodística, debido a que una imagen puede tener una gran descripción de la nota con tan solo observar.

Según Veloz (2016), la fotografía es el mejor documento para testimoniar la verdad de una información. Una imagen bien enfocada y encuadrada nos puede llevar al lugar de los hechos y describirnos si los sucesos fueron buenos o malos. La fotografía da un mayor realce a un titular; por ende, tendrá mayor atracción y captación de los lectores, de tal manera que las ventas de sus ejemplares puedan crecer de manera rápida.

Existen varios tipos de fotografías: la fotonoticia: está constituida por la misma nota y carece de texto. Fotos informativas: tienen como función informar el hecho periodístico. Fotos de archivo: tienen relación indirectamente con la noticia y provienen de la recolección de información (Veloz, 2016).

La fotografía periodística cuenta con los siguientes requisitos: Debe expresar un hecho actual y tener armonía con la información. No debe ser manipulado con montajes. Debe tener ética y estética; finalmente, mantener la línea periodística (Veloz, 2016).

Uno de los estilos fotográficos más utilizados en los diarios, es la foto silueta. La cual es cortada solo para mostrar lo que interesa de la persona o del hecho noticioso. Su función es generar impacto, para que las

personas que lo observan se interesen por seguir leyendo el titular y el cuerpo de la noticia (Uvidia, 2016).

También podemos considerar el tipo y tamaño de letra: cuando hablamos de tipo, nos referimos a que fuente pertenece (diseño de letra), esta puede tener tres presentaciones: cursiva, subrayada, negrita.

Otro aspecto importante dentro del lenguaje no lingüístico es el color:

El color nos rodea por diferentes lugares, en los mercados, las avenidas, las calles, etc. Es la impresión que genera un tono de luz en la visión. El color puede ser analizado en la conducta de las personas (Murga, 2019).

Existen varios tipos de colores:

El rojo significa pasión, sangre, violencia, es especial para utilizarse en personas que tienen reflejos lentos. El amarillo significa humor, alegría, suerte, el sol, y estimula los centros nerviosos. El verde es primavera, naturaleza, aire libre, juventud, y ayuda a conectar con nuestro espíritu. El azul es la sabiduría, cielo, agua, también significa inteligencia, ayuda como calmante y puede reducir la presión. El violeta es misterio, realeza, dignidad (Murga, 2019).

Las características morfológicas de las portadas: es la disciplina encargada de estudiar las partes de una portada. Es decir, la estructura principal, el título, antetítulo, cintillo, cabecera, pie de foto (Torres, 2019). El cintillo tiene como función ordenar todas las páginas del diario. El sumario, son los pequeños textos que se ubican en la portada y se pueden encontrar en el cuerpo del periódico. El pie de foto, busca informar (Torres, 2019).

También tenemos a la diagramación: Los filetes: son las líneas horizontales y verticales, utilizadas para separar los elementos gráficos y los textos de un periódico. Los blancos: son los espacios sobrantes de la página impresa, donde no van textos ni gráficos. El recuadro: marcos que aíslan los textos de los demás. Las fotografías: elementos icónicos, imágenes (Medina, 2017).

Los comentarios de los suscriptores:

Según la Real Academia Española (RAE), (2019), el comentario deriva del latín *commentarius*; es aquella mención, parecer o juicio que se realiza de manera oral o escrita, acerca de una persona o acontecimiento.

Existen diversos tipos de comentarios, los más utilizados son:

Comentario crítico: para León (2013), es un texto de opinión, en el cual exponemos nuestro modo de pensar acerca de un tema actual; y que además, lo argumentamos para poder apoyar lo que nosotros pensamos. Es decir, el comentario crítico es un trabajo escrito en la que se extraen varios puntos de vistas sobre algún tema en específico; y que generalmente buscamos argumentos para respaldar nuestra opinión.

Comentario Informativo: es la presentación de los hechos de manera simple y precisa, y que además de ello, es como una exposición informativa de algo (suceso), y se puede realizar como una narración expositiva de un hecho (Ortiz, 2020)

Comentario Convinciente: en este tipo de comentario el redactor quiere convencer al lector sobre algo. Hace uso de razonamientos y argumentos que llevan al lector al convencimiento (Ortiz, 2020).

Comentario Interpretativo: suele ser complemento de los hechos y elementos que componen la valoración. Es decir, el comentario interpretativo se dirige a la comprensión del lector. Hace que el lector pueda entender mejor la interpretación de algo que ha leído. Por otro lado, la función de este tipo de comentario, es arrojar luz sobre interrogantes del texto en sí; para saber la causa o los efectos de los hechos narrados.

Comentario Inductivo: el escritor intenta que sea el lector quien encuentre de manera inductiva la solución o respuesta en el comentario. El lector queda totalmente enganchado a la lectura del texto. Es decir, este tipo de comentario es la suma de todos los tipos de comentarios: informativo, interpretativo y convincente, con la finalidad de poder convencer de forma clara, sobre un tema en específico (Ortiz, 2020).

Dentro de los comentarios podemos encontrar el lenguaje connotativo y el lenguaje denotativo:

Connotativo, es un verbo que tiene que ver con la significación del lenguaje (ya sea este verbal, visual, audiovisual, escrito, etc.) Este tipo de lenguaje, se emplea de forma simbólica o figurada, que no sólo comunica información sino sensaciones y sentimientos; por lo general, se utiliza en el lenguaje común (coloquial) y en los textos literarios (Ramírez, 2014). Podemos decir que el lenguaje connotativo, permite el uso de una palabra

en sentido figurado, que se refiere a las posibilidades sugestivas y ambiguas del lenguaje.

Por otro lado, tenemos el lenguaje denotativo; se refiere al modo directo a un hecho o un dato específico. Este tipo de lenguaje, se usa para decir las cosas de manera objetiva, sin ningún tipo de interpretación; pues en este sentido, la denotación representa el significado explícito o referencial de una palabra. Es decir, que este tipo de lenguaje lo denota, lo nombra y su forma de expresión se utiliza específicamente para decir las cosas tal y como son o se representan; con el objetivo de poder comunicar con toda claridad a los demás (Ramírez, 2014).

La interacción es el escenario de la comunicación y puede ser observada en distintas páginas de Facebook, esta misma se da entre dos individuos a más. En términos generales la interacción es el intercambio de información situados en contextos sociales (Amaro, 2016).

La interacción se define como la forma en que individuos y grupos se relacionan entre sí, puede ser a través de intercambios de información y de emociones, independientemente de la distancia y el tiempo. Esto se puede lograr mediante un comentario, un like o las acciones de compartir (Lavilla, 2017).

Muchas veces los suscriptores son las personas perfectas para consumir servicios o productos de alguna empresa en particular. Por ello, se dice que son una fuente de ingresos; debido a que, al ser una persona interesada por los servicios que brindan, podría convertirse en un cliente perfecto (García, Pérez y Maestro, 2016).

Dentro de Facebook encontramos los like: es la votación o reacción para alguna publicación. Los comentarios: es aquella mención, parecer o juicio que se hace oralmente o por escrito. Compartir o share: acción de distribuir.

Finalmente, hablemos de la percepción: es el mecanismo personal que consiste en recibir, interpretar y comprender los signos o señales del exterior, se codifica en función de la actividad sensitiva. Es decir, se trata de distintos datos que son captados por un individuo. La información tendrá un significado después de un proceso cognitivo (Percepción) (Raffino, 2020).

La percepción se refiere a la imagen mental, constituida a partir de nuestra cultura y necesidades (Experiencia humana).

La percepción tiene dos componentes: el medio externo es la impresión que será percibida en forma de imágenes, sonidos, etc. El medio interno es la forma de interpretar la impresión según la experiencia humana del individuo (Raffino, 2020).

Etapas de la percepción:

Exposición / Detención: las personas sólo perciben pequeños estímulos de forma consciente. Para que el estímulo sea mayor, dependerá del color, del contraste, intensidad. La percepción dependerá de los intereses, gustos e incluso de las necesidades de cada individuo. Atención: se asigna un significado a cada materia percibida. Se organizan los estímulos por sus características, las cuales podrían ser su fondo o su figura. Finalmente, la interpretación: parte final de todo el proceso de percepción. Aquí depende de la experiencia de cada persona. Se dará un significado a cada estímulo, que anteriormente fue seleccionado y organizado (Raffino, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación: El tipo de investigación fue aplicada, debido a que, el problema se encontró establecido y fue conocido por el investigador. Rodríguez (2019), definió investigación aplicada como la forma de conocer nuestras realidades y poder brindar una solución eficiente a un problema.

Diseño de investigación: Tipo cualitativa que se enfoca en el diseño fenomenológico. Según Sampieri, Collado y Baptista (2014), definen fenomenología, como el estudio filosófico manifestado directamente desde la conciencia y el estudio del fenómeno propiamente de la experiencia. Su propósito principal es describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno ocurrido y descubrir los elementos en común de ciertas vivencias (Sampieri, Collado y Baptista, 2014). Es decir, se explora, describe y comprenden lo que los individuos tienen en

común de acuerdo con sus experiencias propiamente dichas, tales como: sentimientos, emociones, razonamientos y percepciones. De esta manera, se podrá determinar el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de facebook durante la pandemia Covid-19.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización: El presente trabajo de investigación, cuenta con siete categorías:

Lenguaje lingüístico de las portadas: elementos con componentes textuales. Nos referimos a los titulares y textos de un diario o portada.

Dentro de esta categoría, se consideró como subcategorías:

Titulares: son el resumen o un extracto de un hecho noticioso.

Texto: tienen como finalidad transmitir datos.

Lenguaje: modo, manera, forma de tratar la información y poder transmitirla.

Como siguiente categoría tenemos el lenguaje no lingüístico de las portadas: es el aspecto no verbal; es decir, comprende las fotografías, las imágenes y dibujos. Dentro de esta categoría se disgregan tres subcategorías:

Tipografía: fuente o diseño de letra. Ilustraciones: comprenden la parte gráfica. Fotografía periodística: documento para testimoniar la verdad de una información. Color: es la impresión que genera un tono de luz en la visión.

Como tercer categoría tenemos las características morfológicas de las portadas: disciplina que se encarga de estudiar la estructura, características de una portada. Dentro de esta categoría se disgregan dos subcategorías:

Diagramación: organización de contenido en un espacio determinado. Estructura: partes principales de una portada, titular, encabezados, cintillo, etc.

Como cuarta categoría tenemos los tipos de comentarios: es aquella mención, parecer o juicio que se hace oralmente o por escrito, acerca de alguien o algo. Dentro de esta categoría se disgregan cinco subcategorías:

Comentario crítico: un texto de opinión en el cual exponemos nuestro modo de pensar acerca de un tema actual. Comentario informativo: es la presentación de los hechos de manera simple y precisa. Comentario convincente: Hace uso de razonamientos y argumentos que llevan al lector al convencimiento. Comentario Inductivo: el escritor intenta que sea el lector quien encuentre de manera inductiva la solución o respuesta en el comentario. Comentario interpretativo: suele ser complemento de los hechos y elementos que componen la valoración.

Como quinta categoría tenemos el lenguaje de los comentarios: modo, manera, forma de tratar la información para poder transmitirla. Dentro de esta categoría se disgregan dos subcategorías:

Lenguaje connotativo: Tiene significado subjetivo, se emplea en forma simbólica o figurada, no sólo comunica información sino sensaciones y sentimientos. Lenguaje denotativo: se utiliza para decir las cosas de manera objetiva, sin necesidad de algún tipo de interpretación.

Como sexta categoría tenemos a la interacción: intercambio de información situado en contextos sociales. Forma en que los individuos se relacionan entre sí. Dentro de esta categoría se disgregan tres subcategorías:

Los likes: reacción para alguna publicación. Comentarios: es aquella mención, parecer o juicio que se hace oralmente o por escrito. Compartir o share: acción de distribuir.

Finalmente, como última categoría tenemos a la percepción: mecanismo personal que consiste en recibir, interpretar y comprender los signos o señales del exterior. Dentro de esta categoría se disgregan tres subcategorías:

Exposición: las personas sólo perciben pequeños estímulos de forma consciente. Atención: se asigna un significado a cada materia percibida. Interpretación: se dará un significado a cada estímulo, que anteriormente fue seleccionado y organizado.

3.3. Escenario de estudio: El escenario de estudio de la presente investigación se realizó en la ciudad de Trujillo, siendo la tercera ciudad más poblada del Perú.

En paralelo a ello, la investigación se dio a cabo en torno al mes de abril, donde se presentó un acontecimiento crucial para todo el Perú. La crisis sanitaria por causa de la pandemia del covid-19.

Otro de los escenarios de estudio fue la red social facebook, donde nos enfocamos en la fan page del diario virtual La Industria, una plataforma online creada para divulgar información rápida y verás, donde nos centramos en los distintos comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria.

Así mismo, esta edición digital mantiene el mismo estilo que la edición impresa, contando con las secciones: Portada, local, regional, Nacional, Internacional, Deportes, Espectáculo y Tecnología.

Actualmente, sigue siendo uno de los diarios con mayor afluencia; cuenta con casi 400 mil seguidores en su red social de Facebook y más de 250 mil visitas al mes en website.

3.4. Participantes: El sujeto de análisis para esta investigación fueron 30 portadas del diario virtual La Industria del mes de abril de 2020, La Industria es el tercer diario más importante del país y uno de los más antiguos. En el mes de abril La industria empezó a publicar portadas referentes a la pandemia del covid -19. Donde se pudo ver un incremento de comentarios, like y acción de compartir. Por lo cual, otro de los sujetos de análisis fueron 150 comentarios realizados por los suscriptores en la fan page del diario virtual La Industria. Así mismo, se entrevistó a 10 suscriptores del diario virtual La Industria.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Para el primer objetivo se utilizó la técnica de análisis de contenido y como instrumento la guía de análisis de contenido. En el segundo objetivo se utilizó la técnica de análisis de contenido y como instrumento la guía de análisis de contenido. En el tercer objetivo se utilizó la técnica de análisis de contenido y como instrumento, la

guía de análisis de contenido. En el cuarto objetivo se utilizó la técnica de análisis de contenido y como instrumento la guía de análisis de contenido; finalmente, en el quinto objetivo se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento, la guía de entrevista.

3.6. Procedimientos: Este proyecto de investigación se inició con la técnica de análisis de contenido de todas las portadas del diario virtual La Industria, exactamente del mes de abril de 2020. Utilizando como instrumento la guía de análisis de contenido, se analizó el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria. Al hablar de aspectos lingüísticos, nos referimos a las frases, textos y titulares. En el aspecto no lingüístico, se hace referencia a las imágenes o fotografías de un diario.

También, contrastamos conceptos y teorías de diferentes autores, apoyándonos en una guía de análisis de contenido. De esta forma, nos facilitó establecer sus características morfológicas.

Así mismo, se realizó una guía de análisis de contenido donde se recogieron 150 comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria, que fueron analizados individualmente. También, se identificó la cantidad de likes, comentarios y acciones de compartir realizadas en las portadas. Esta información nos ayudó a conocer si en el mes de abril las portadas del diario virtual La Industria tuvieron algún impacto en la interacción digital del suscriptor de facebook.

Finalmente, se realizó una entrevista a 10 suscriptores del diario virtual la industria, donde se evaluó la percepción de cada individuo, permitiéndonos hacer un cruce de información con los 150 comentarios analizados de la fan page.

3.7. Rigor científico:

a. Consistencia o dependencia lógica: En el presente proyecto de investigación tiene consistencia lógica, gracias al uso del método científico, donde se utilizaron diferentes técnicas para la recolección de datos. Por ejemplo, análisis de contenido, la observación y la entrevista.

- b. Credibilidad:** Se cumplió este criterio puesto a que se hizo un minucioso análisis de contenido y observación en el campo, apoyándonos con bibliografías fiables que contrastaron los resultados, basándonos en dos teorías: la teoría de la aguja hipodérmica y la teoría de usos y gratificaciones.
- c. Transferibilidad o aplicabilidad:** El proyecto de investigación también cumple con el criterio de aplicabilidad, debido a que se recolectó información de distintas fuentes bibliográficas, para así poder comparar el contexto de este proyecto con otros contextos similares.
- d. Confirmabilidad:** Finalmente se cumplió con el criterio de confirmabilidad, ya que se describieron las características del diario virtual La Industria, como también el lugar y contexto de estudio.

3.8. Método de análisis de información: Se inició con la recolección de las 30 portadas del diario virtual La Industria del mes de abril de 2020. Tomamos nota de todo lo observado; evaluando el lenguaje lingüístico y no lingüístico y establecimos sus características morfológicas; para así, poder comprobar si cumplen con los conceptos básicos para la realización de sus portadas o si utilizan algunas otras características para generar mayor impacto en la interacción de los suscriptores.

Todos los datos recolectados fueron comparados con el marco teórico. También se realizó una observación minuciosa de los comentarios realizados por los suscriptores en la portadas del diario virtual La Industria; seleccionando palabras claves y, que al interpretarlas nos demostraron si realmente las portadas generan un impacto en la interacción del suscriptor. También, se identificó la cantidad de likes, comentarios y acción de compartir.

Finalmente, se realizó una entrevista a los suscriptores vía zoom. La entrevista constó con una imagen de una portada del diario virtual La Industria del mes de abril; facilitando la evaluación de la percepción que tiene cada individuo hacia la portada.

3.9. Aspectos éticos:

Para garantizar la calidad ética de la investigación se cumplió con los siguientes criterios:

- a. **Beneficencia – No maleficencia:** Se veló por el bienestar de todos nuestros participantes, utilizando herramientas comunicacionales eficaces en la recolección de datos, evitando el contacto de persona a persona, previniendo la propagación del covid -19.
- b. **Autonomía:** Este trabajo de investigación es auténtico, cuenta con todas las fuentes teóricas y conceptuales conforme las indicaciones de American Psychological Association (APA). Además, el proyecto pasó por un software informático llamado turnitin, que detecta la similitud con otros trabajos, evitando la copia y el plagio.
- c. **Justicia:** La Investigación es verídica, y para la utilización de otros investigadores, debe citarse la autoría con respeto.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. RESULTADO N° 1

OBJETIVO ESPECÍFICO “Analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria”.

Los primeros resultados de la presente investigación se enfocan en analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria, entorno al mes de abril del 2020.

El diario virtual La Industria, durante el periodo de investigación, presenta 29 portadas; debido a que, el 18 de abril no se subió ninguna a su fan page. Al analizar el aspecto lingüístico, 4 de sus titulares fueron expresivos, 18 apelativos y 20 informativos; las características principales de los titulares son que 28 de ellos fueron concisos, 27 llamativos y 21 fueron claros en la información; se utilizó un lenguaje coloquial en 28 titulares y un lenguaje informal en 14.

Dentro del aspecto no lingüístico se analizó el tipo de letra, donde en 2 de las portadas se utilizó la letra cursiva y en las otras 27 la letra negrita. Referente a los colores utilizados en las portadas; 24 utilizaron el color amarillo para resaltar los números, porcentajes e informaciones importantes, 9 utilizaron el color naranja para darle realce a ciertas palabras del titular como: “preocupante”, “contaminados”, “peligro”; 28 portadas utilizaron el color negro para los titulares, títulos, subtítulos; y 5 portadas utilizaron el color rojo para realzar algunas palabras, números y porcentajes que tengan que ver con muertes. Referente a las ilustraciones, 28 de las portadas utilizaron fotos noticias y una portada utilizó 1 foto informativa.

3.2. RESULTADO N°2

OBJETIVO ESPECÍFICO “Establecer las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria”.

Para establecer las características morfológicas se analizaron las siguientes categorías: diagramación y estructura de las portadas del diario virtual La Industria, entorno al mes de abril de 2020. Dentro de la

diagramación, se obtuvo como resultados que 29 de las portadas utilizaron los filetes, los blancos, el recuadro, las imágenes y las columnas. Finalmente, su estructura está establecida por las siguientes características: título, antetítulo, subtítulo, cintillo, cabecera, pie de foto, sumario, índice, noticias destacadas, noticia principal, titulares de las noticias principales y foto noticias.

3.3. RESULTADO N°3

OBJETIVO ESPECÍFICO “analizar los comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria”.

Como tercer resultado de este proyecto de investigación, nos enfocamos en analizar los comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria. Se escogió 5 comentarios por cada portada del mes de abril de 2020, dando un total de 145 comentarios. 119 fueron comentarios críticos, 5 comentarios informativos, 3 comentarios convincentes, 18 comentarios inductivos.

El 1 de abril de 2020, el diario virtual La Industria tuvo como titular principal: “Se disparan los casos en Trujillo”, generando incertidumbre entre los comentarios. Al analizar el aspecto denotativo, encontramos que los suscriptores piden a los irresponsables que se queden en casa, mientras que en el aspecto connotativo de los comentarios, encontramos miedo, tristeza, impotencia, preocupación. Ejemplo: *“No sean inconscientes, por favor tomen conciencia y quédense en casa nadie quiere que nos falte algún integrante de la familia por ser negligentes”*.

Por otro lado, otra de las portadas que causó polémica entre los comentarios, fue la del 3 de abril de 2020, la cual tuvo como titular principal: “Que Dios nos proteja”. Al analizar el aspecto denotativo de los comentarios, encontramos que los suscriptores consideran que el diario virtual la industria es totalmente sensacionalista, *“¡La Industria, qué amarillo! Vergüenza total”*. Dentro del aspecto connotativo de los comentarios, encontramos: vergüenza, preocupación, tristeza e impotencia.

Así mismo, el 5 de abril de 2020 el diario virtual La Industria, lanzó una portada la cual tuvo como titular principal: "Sigue el desacato". Dentro del aspecto denotativo encontramos que, *"La salud se tiene que cuidar", "Enciérrenlos a todos los que desacatan la cuarentena"*. En el aspecto connotativo encontramos, preocupación, miedo e impotencia, provocado por la portada sensacionalista.

El 7 de abril de 2020, la portada del diario virtual La Industria tuvo como titular principal: "Solo hay 11 respiradores mecánicos". Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores, consideran que La Industria es un diario alarmista, *"La industria sensacionalista, que done respiradores", "El diario la Industria causa pánico, no suma, no rectifica sus titulares"*. En el aspecto connotativo encontramos: Miedo, preocupación, tristeza e impotencia, *"El diario la Industria solo alarma y publica noticias falsas"*.

Otra de las portadas que causó polémica entre los comentarios, fue la del 10 de abril de 2020, la cual tuvo como titular principal: "Una médica y 9 enfermeras del Lazarte contagiadas". Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores, consideran que la culpa la tiene el Presidente Martín Vizcarra, *"Todo gracias al presidente por no cerrar las fronteras a un inicio"*. En el aspecto connotativo encontramos: fastidio, miedo, tristeza, impotencia, cólera, *"¿Quién redacta las notas en el diario emblemático de la Libertad? Qué vergüenza por Dios", "Dios mío que tristeza. Espero que se recuperen"*.

El 13 de abril de 2020, la portada del diario virtual La Industria tuvo como titular principal: "Tenemos una fosa común para 500 muertos". Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores, consideran que el diario virtual la industria es totalmente sensacionalista; en el aspecto connotativo encontramos: Miedo, pena, fastidio, molestia, conformismo; *"Esta nota, no merece portada. Se trata de alentar anímicamente a la población, no generar pánico o miedo", "No hay camas. No hay respiradores. Más fácil es hacer una fosa común, ese es Llompén"*

Así mismo, el 15 de abril de 2020, la portada del diario virtual La Industria tuvo como titular principal: "50 sospechosos de virus en el penal". Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores,

consideran que el diario virtual la industria está siendo sensacionalista con sus titulares; *“Otra vez alarmista”*. En el aspecto connotativo encontramos: molestia, miedo, pena, fastidio, provocado por el titular tendencioso; *“La Industria alarmando, debieran evitar tales publicaciones, sugerir algo que ayude”*, *“Qué titular, tanta propaganda a los presos, enfócate en esa gente que no tiene un sol para comer en este período de cuarentena, a nadie le importa los presos”*.

El 19 de abril de 2020, la portada del diario virtual La Industria tuvo como titular principal: *“Todos a favor de suspender las clases presenciales”*. Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores, consideran que no deberían mandar a sus hijos a las clases presenciales, que primero es la vida; la educación puede esperar. En el aspecto connotativo encontramos: miedo y preocupación; *“Así empiecen las clases, no pienso mandar al colegio a mis hijos”*, *“Buen momento para que los padres adopten su papel de maestros”*.

Así mismo, el 26 de abril de 2020, la portada del diario virtual La Industria tuvo como titular principal: *“574 mil liberteños sin trabajo”*. Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores, consideran que el titular es desalentador. En el aspecto connotativo encontramos: Preocupación, miedo, desaliento, tristeza; *“Noticias que generan desaliento, pero un buen titular para venta del diario, muy mal”*, *“Que ganas de generar pánico. Que actitud irresponsable”*, *“Que alentador titular, desesperando más aun a la población”*.

Finalmente, otra de las portadas que causó polémica en los comentarios fue la del 30 de abril de 2020, la cual tuvo como titular principal: *“Congresistas investigarán compras en la PNP”*. Dentro del aspecto denotativo de los comentarios realizados por los suscriptores, consideran que se debe investigar a todos los alcaldes y gobernadores. En el aspecto connotativo encontramos: Indignación, preocupación, fastidio, provocado por las malas autoridades y el titular de la portada; *“Y quien investiga a los congresistas”*, *“A fiscalizar Sres. congresistas pónganse a trabajar contra la corrupción que hay en la PNP”*.

3.4. RESULTADO N°4

OBJETIVO ESPECÍFICO “Identificar la cantidad de like, comentarios y compartidas realizados por los suscriptores en la fan page del diario virtual La Industria”.

Tabla 1:

Interacción digital del diario virtual La Industria

Portadas	Nro. Like	Nro. Comentarios	Nro. Compartidas
P1	539	129	131
P2	259	15	41
P3	368	195	70
P4	75	15	7
P5	94	16	12
P6	242	21	49
P7	146	20	25
P8	159	20	22
P9	516	142	147
P10	528	159	135
P11	1036	259	469
P12	388	120	103
P13	314	170	73
P14	405	96	159
P15	82	38	15
P16	162	26	44
P17	132	54	28
P18			
P19	432	142	55
P20	345	67	72
P21	170	25	27
P22	72	6	14
P23	86	4	18
P24	80	4	19
P25	147	13	22
P26	155	38	36
P27	117	7	5
P28	46	7	10
P29	136	26	44
P30	107	17	14
TOTAL	7338	1851	1866

INTERPRETACIÓN: En torno al mes de abril del 2020, las portadas del diario virtual La Industria contaron con un alto nivel de interacción digital; obteniendo 7338 likes, 1851 comentarios y 1866 veces compartidas.

3.5. RESULTADO N°5

OBJETIVO ESPECÍFICO “Evaluar la percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria”.

TABLA N°2: (resultados entrevista – percepción)

CATEGORIA		PREGUNTAS	ENTREVISTADOS	RESPUESTAS	UNIDAD CATEGÓRICA
PERCEPCIÓN	Exposición	Observa la portada ¿Qué es lo que más te llama la atención?	10	Respecto a lo que más les llama la atención a los suscriptores, son los titulares , la fotografía y los colores .	Consideran que son los titulares , la fotografía y los colores .
	Atención	Interpreta. ¿Por qué te llamó la atención?	10	7 de 10 suscriptores consideran que les llamó la atención por la misma coyuntura de la pandemia. Los otros 3 suscriptores, porque les generó impacto ver el número de muertos con color rojo.	Coyuntura de la pandemia .
		¿La portada te genera alguna emoción? ¿Qué	10	Los 10 suscriptores entrevistados sienten emociones al ver la	Miedo, tristeza, pena y temor.

		emociones te generan?		portada. Las emociones que les generan son: miedo, tristeza, pena, temor.	
	Interpretación	¿Alguna vez te ha conmovido emocionalmente una portada de algún diario? ¿Por qué?	10	Los 10 suscriptores entrevistados indicaron que fueron conmovidos emocionalmente por alguna portada. 7 de 10 consideró el titular alarmista y las fotografías crudas.	Los 10 suscriptores conmovidos emocionalmente. Por los titulares alarmista y las fotografías .
		¿Qué haces cuando una portada te conmueve emocionalmente? ¿Por qué?	10	Todos los suscriptores entrevistados indican que le dan likes y lo comparten con sus amigos y familiares.	Dan like y comparten .

INTERPRETACIÓN: Los suscriptores son conmovidos emocionalmente por las portadas del diario virtual La Industria, generándoles miedo, pena, tristeza. Así mismo, al ser conmovidos, tienen una respuesta en consecuencia, como dar likes y compartir las portadas.

3.6. DISCUSIÓN

La investigación *“Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19”*; contó con 5 objetivos específicos, los cuales nos llevaron a responder el objetivo general: determinar el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19 en el mes de abril de 2020.

En relación al objetivo general del presente trabajo de investigación, se utilizaron como técnicas de recolección de datos las guías de análisis de contenido y la entrevista, facilitándonos la información requerida de manera ordenada y profunda.

El primer objetivo específico de la investigación, fue analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria. Para ello, utilizamos la guía de análisis de contenido, obteniendo como resultado que las portadas del diario virtual la industria utilizan ciertas características sensacionalistas para generar mayor interacción entre sus suscriptores.

Ponce (2017), manejó en su tesis teorías sobre el sensacionalismo y el lenguaje de los diarios. Su investigación se basó en evaluar el impacto que generan las portadas del diario Trome en la sociedad. El estudio confirmó que el lenguaje y los titulares de las notas periodísticas de la portada del diario Trome, utilizan ciertas características que las hacen sensacionalistas; debido a que, proyectan un mensaje que juega con los sentimientos.

El segundo objetivo específico de la presente investigación, fue establecer las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria, para ello, utilizamos la guía de análisis de contenido, obteniendo como resultado que todas las portadas tienen características similares, como los recuadros, filetes y columnas, con una estructura llamativa, que consta con título, antetítulo, subtítulo, cintillo, cabecera, pie de foto, sumario, índice, noticias destacadas, noticia principal, titulares de las

noticias principales y foto noticias. Gutiérrez (2018), expone que la primera página es de gran relevancia, debido a que es lo primero que impacta; por ello, se debe realizar de forma atractiva, para que las personas que llegan a una bodega puedan informarse de todos los acontecimientos importantes del día. Así mismo, podemos ver que las portadas son los principales impulsores de compras, porque generan más recuerdo que su contenido interno.

El tercer objetivo específico de la presente investigación, fue analizar los comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria, para ello utilizamos la guía de análisis de contenido, obteniendo como resultado que las portadas del diario virtual la industria y sus titulares, impactan de manera negativa en los suscriptores, generándoles miedo, tristeza, pena y temor. Sentimientos que se ven reflejados de manera connotativa en sus comentarios.

Una de las teorías que respalda este resultado, es la teoría de la aguja hipodérmica, la cual consiste que todo mensaje con destino específico sea directamente recibida y aceptada en su totalidad por los receptores. Así mismo, la visión de esta teoría es explicar desde el punto de la psicología conductista, como los diferentes medios digitales logran manipular a el público consumidor, donde la información emitida por los medios, llegan al receptor e inyectan el contenido del mensaje produciendo una respuesta en consecuencia (Mendoza, 2017). En el caso del tercer objetivo, las respuestas en consecuencias son los like, los comentarios y las acciones de compartir.

Otra de las teorías que respalda este resultado, es la teoría de los efectos limitados, esta teoría de Paul Lazarsfeld señala que la sociedad tiene la capacidad de poder interpretar y seleccionar distintos mensajes que los medios transmiten (Bezerra, 2019). Sin importar el enfoque que el emisor quiere dar en el mensaje, el usuario es el que decide qué recibir y de qué manera lo recibe. Es decir, esta teoría trata de explicar y diferenciar que cada espectador recibe de diferentes modos la información (Pérez, 2015). Es así que, los suscriptores al recibir los mensajes del diario virtual La Industria, interpretan los titulares en base a sus conocimientos, generando

comentarios de distinta categoría, que podemos ver reflejado en los resultados de este objetivo.

El cuarto objetivo específico de la presente investigación fue identificar la cantidad de likes, comentarios y compartidas realizados por los suscriptores en la fan page del diario virtual La Industria, para ello utilizamos la guía de análisis de contenido, obteniendo como resultado que en torno al mes de abril de 2020, las portadas del diario virtual La Industria contaron con un alto nivel de interacción digital; obteniendo 7338 likes, 1851 comentarios y 1866 veces compartidas.

El alto nivel de interacción digital se debe a los titulares tendenciosos, y por la coyuntura de la pandemia del covid-19. Por ello, este resultado se apoya en la teoría de usos y gratificaciones. Según Rivadeneira (2016), definió a esta teoría como la creencia de que los individuos seleccionan y usan de manera distinta los medios masivos para así satisfacer sus necesidades.

Así mismo, gran parte de los suscriptores son atraídos por el morbo y escándalo. Es así, que los medios se adaptan a los diferentes gustos de estas personas, generando portadas, titulares y noticias cargadas de sensacionalismo. En otras investigaciones como la de Díaz (2017), concluyó que el diario El Comercio emplea correctamente el tema visual, utilizando ilustraciones educativas y artísticas; mientras la parte icónica del Trome es inadecuada; debido a que sus ilustraciones son un tanto sensacionalistas; buscando impacto visual para generar más ventas.

Podemos rescatar del trabajo previo, que el diario Trome está segmentado para un público en específico, un público que consume violencia, desastres y morbo. Confirmando que en el diario virtual La Industria, aplica la teoría de usos y gratificaciones para satisfacer a cierto público en específico, mientras por otro lado se crea zozobra, miedo e inquietud, que podemos ver reflejados en los comentarios de los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria.

Por último, se tuvo como objetivo específico evaluar la percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria, donde a través de la técnica de la entrevista encontramos como resultados que los suscriptores son

conmovidos emocionalmente por las portadas del diario virtual La Industria, generándoles miedo, pena y tristeza. Así mismo, al ser conmovidos, tienen una respuesta en consecuencia, como dar likes y compartir las portadas.

Este resultado se comparó con los comentarios analizados de las portadas, confirmando que las portadas del diario virtual La Industria tienen características sensacionalistas que generan emociones negativas entre los suscriptores, emociones reflejadas a través de sus comentarios y reacciones.

Davila (2017), en su tesis consideró como objetivo principal: describir y analizar el tratamiento periodístico de las portadas del diario Trome. La investigación concluyó que el diario Trome en la mayoría de sus titulares utiliza jergas y sobrenombres, también titulares poéticos y con gran carga emocional; por lo que se le denominó un diario sensacionalista.

Las portadas del diario virtual La Industria al igual que el diario Trome, en la mayoría de sus titulares utilizan un lenguaje apelativo y expresivo, esperando una reacción del receptor, por ello se puede decir que las portadas del diario virtual la industria son sensacionalistas.

4. CONCLUSIONES

- El impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de facebook es totalmente negativo, esto se confirmó mediante el análisis del producto periodístico y el análisis de los comentarios de los suscriptores, donde la mayoría coincide que el diario virtual La Industria les genera miedo, pena, tristeza. Así mismo, al ser conmovidos, tienen una respuesta en consecuencia, como dar likes y compartir las portadas.
- Las portadas del diario virtual La Industria dentro de su aspecto lingüístico y no lingüístico, utilizan características sensacionalistas, para así, generar mayor interacción entre sus suscriptores.
- Las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria están constituidas por: los filetes, los blancos, el recuadro, las imágenes, las columnas, título, antetítulo, subtítulo, cintillo, cabecera, pie

de foto, sumario, índice, noticias destacadas, noticia principal, titulares de las noticias principales y foto noticias.

- Las portadas del diario virtual La Industria y sus titulares, impactan de manera negativa en los sentimientos de los suscriptores, generando un miedo colectivo. Sentimientos que se vieron reflejados de manera connotativa en sus comentarios.
- En torno al mes de abril de 2020, las portadas del diario virtual La Industria contaron con un alto nivel de interacción digital; obteniendo 7338 likes, 1851 comentarios y 1866 veces compartidas. Esto se debió a los titulares tendenciosos, enfocados en la pandemia de la covid-19.

5. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al director periodístico Juan José Bringas Céspedes, cambiar algunas características dentro del aspecto lingüístico y no lingüístico de sus portadas virtuales, como por ejemplo: los titulares apelativos, el lenguaje informal, el color amarillo y rojo, utilizados para realzar algunas palabras, números y porcentajes que tengan que ver con muertes.
- Se recomienda al encargado del área de proyectos digitales, Franco Larios Martinez, dejar de utilizar características sensacionalistas en las portadas virtuales, como por ejemplo: imágenes siluetiadas, fondos negros, colores fuertes como el rojo, amarillo y naranja.
- Se recomienda a los próximos investigadores, entrevistar a un representante del área digital del diario virtual La Industria.
- Se recomienda a los suscriptores no dejarse llevar por titulares tendenciosos sensacionalistas, para así, evitar el miedo colectivo de la población.

REFERENCIAS

- Amaro, L. (2016). One view to the interaction in the social media. *Unife*. 24(1), (pp. 51-57).
https://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2016_1/Amaro.LaRosa.pdf
- Ambort, M. (2016). *Un mundo en crisis*. Revista el cactus.
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/Cactus/article/view/15546>
- Bezerra, J. (2019, 5 de diciembre). *Positivismo*. Toda materia.
<https://www.todamateria.com/positivismo/>
- Casa, S. y Osorio, L. (2016). *Influencia de la prensa sensacionalista escrita en la construcción de la agenda ciudadana en los lectores de Arequipa Metropolitana del 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad nacional de San Agustín de Arequipa, Perú]. Repositorio institucional UNSA.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3699>
- Cely, F. (2014, 26 de febrero). *Modelo de gerbner*. Prezi.
https://prezi.com/osbr0-l_x6vt/modelo-de-gerbner/
- Davila, K. (2017). *Análisis del tratamiento periodístico de las portadas del diario Trome publicado en Lima metropolitana entre enero y abril del 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú]. Repositorio institucional UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1911>
- Díaz, P. (2017). *Análisis comparativo del tratamiento informativo de las portadas de los diarios Trome y El Comercio sobre la marcha ni una menos en lima 2016 entre el 11 al 14 de agosto*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú]. Repositorio institucional UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1919>
- Fernandez, C. y Antón, M. (2016). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático Español*. [Tesis de postgrado, Universidad de Valladolid, España]. Repositorio Documental Uva.
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/891>

- García, J., Pérez, M. y Maestro, L. (2016). Subscribers' clubs: A new funding model for the Spanish press. *El professional de la Information*. 25(3), 395-403. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.09>
- Gutiérrez, E. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario "la república" en la construcción de la realidad - elecciones presidenciales II vuelta electoral – 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú]. Repositorio Academico USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3407>
- Lavilla, M. (2017). *La interacción entre marcas y usuarios en facebook: Comentarios, shares, likes y clics*. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, España]. Dialnet Plus. https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_458600/mola1de1.pdf
- León, A. (2013, 19 de febrero). *El comentario crítico*. <https://es.slideshare.net/Alicialeonleon/el-comentario-critico>
- Lira, J. (2019, 24 de abril). *La gran importancia para Facebook de alcanzar los 500 millones de usuarios de Stories*. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/tecnologia/facebook-gran-importancia-alcanzar-500-millones-usuarios-stories-nndc-265067-noticia/>
- Márquez, I. y Peñamarín, C. (2020). CTXT: hacia un modelo de negocio posible para el periodismo digital independiente. *El Profesional de La Información*, 29(1), 1–11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene>
- Medina, L. (2017). *El periódico y su estructura*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio de la UNAM. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70443/secme-16454_1.pdf?sequence=1
- Mendoza, M. (2017). Do Modelo Matemático da Comunicação ao Modelo de Comunicação para o Universo Virtual. *CISTI Iberian Conference on Information Systems*. 1, 1-8. <https://doi.org/10.23919/CISTI.2017.7975740>

- Murga, D. (2019). *Psicología del color en el marketing*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de tesis.
<http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2859>
- Ortiz, I. (2020, 11 de agosto). *Clases de comentarios*. Revista educativa tutarea escolar. <https://www.tutareaescolar.com/comentario.html>
- Perez, J. (2015). El Positivismo y la Investigación Científica. *Revista Empresarial*. 9(35), (pp. 29-34).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6419741>
- Ponce, L. (2017). *El impacto de la portada del diario Trome en los lectores de entre las edades de 18-50 años*. [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú]. Repositorio Institucional UIGV.
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2083>
- Raffino, M. (2020, 29 de mayo). *Concepto de percepción*.
<https://concepto.de/percepcion/>
- Ramirez, Y. (2014, 15 de mayo). *Lenguaje Denotativo y Lenguaje Connotativo*.
<https://lauracotaortegaceb82.wordpress.com/2014/05/15/lenguaje-denotativo-y-lenguaje-connotativo/>
- Real Academia Española (2019, 15 de mayo). *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.3 en línea]. <https://dle.rae.es>
- Rivadeneira, A. (2016). *La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales: Análisis de la situación en estudiantes del colegio de bachillerato "Macas", de la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago, año 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca, Ecuador]. Repositorio Institucional.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25787>
- Rodrigo, M. (2014). Modelos de comunicación. *Lecciones del portal*. (pp. 1-9).
https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2020/01/20_esp.pdf
- Rodríguez, D. (2019, 5 de mayo). *Investigación aplicada: características, definición, ejemplos*. <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>

- Sampieri, R., Collado, F. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Gran Hill Education. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Tobar, N. (2013). *La Comunicación: el impacto de su transformación a través de los años en las empresas*. [Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito, Ecuador]. Repositorio Digital USFQ. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2706>
- Torres, J. (2019). Didactic interaction and nonverbal language; Interacción didáctica y lenguaje no verbal. *Interconectando saberes*. 7(5), 109-118 <https://doi.org/10.25009/is.v0i7.2572>
- Tumi, I. (2017). El rostro de los diarios digitales en el Perú. *Dialnet Plus*. 29(18), 249-252. <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1963>
- Ufarte, M. (2020). The owner. Treaty on the techniques, modalities and other artifices of the journalistic degree. *Mediterranean Journal of Communication*. 11(1), 279-281. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.8>.
- Uvidia, E. (2016). *Prensa sensacionalista en las habilidades sociales de los estudiantes del ciclo III de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de una universidad de Lima-Norte, 2015*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Perú]. Repositorio institucional UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/5337>
- Veloz, G. (2016). *El periodismo sensacionalista en las noticias de crónica roja, desde la visión de los estudiantes del séptimo semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil: caso diario extra*. [Tesis de pregrado, Universidad de guayaquil, Ecuador] <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15403>
- Yepes, A. (2017). *Éxito de la vulgaridad en la información futbolística de los medios de comunicación españoles: sensacionalismo, parcialidad y sexismo*. [Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid, España]. Repositorio Documental Uva. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/28115>

Zeta, R. y Atarama, T. (2018). The interaction of the audiences with the news in the digital portals of the main newspapers of Peru. *Mediterranean Journal of Communication*. 9(2), 241-257.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.2.2>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de categorización

Ámbito temático	Problema de Investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías
Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de facebook durante la pandemia covid-19	¿Cuál es el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de facebook durante la pandemia covid-19?	Determinar el impacto que han generado las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de facebook durante la pandemia covid-19 en el mes de abril de 2020.	Analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria.	Lenguaje lingüístico de las portadas	Titulares
					Texto
					Lenguaje
				Lenguaje no lingüístico de las portadas	Tipografía
					Ilustraciones
					Fotografía periodística
					Color
			Establecer las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria	Características morfológicas de las portadas	Diagramación
					Estructura
			Analizar los comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria.	Tipos de comentarios	Comentario crítico
					Comentario informativo
					Comentario convincente
					Comentario inductivo
					Comentario interpretativo
				Lenguaje de los comentarios	Connotativo
					Denotativo
			Identificar la cantidad de like, comentarios y compartidas realizados por los suscriptores en la fan page del diario virtual La Industria.	Interacción	Like
					Comentario
					Compartir
			Evaluar la percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria.	Percepción	Exposición
					Atención
					Interpretación

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos - Guía de análisis de contenido

GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO		
En la presente guía se registrará el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria – Abril 2020.		
Objetivo específico 1: Analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del diario virtual La Industria.		
FECHA:		
1) LINGÜÍSTICO	PORTADA	OBSERVACIÓN
TITULAR		
Titular expresivo		
Titular Apelativo		
Titular informativo		
CARACTERÍSTICAS DEL TITULAR	PORTADA	
Concisión		
Garra (Llamativo)		
Veracidad		
Claridad		
LENGUAJE	PORTADA	
Coloquial		
Culto		
Informal (Sensacionalista, jerguero)		
Formal		
2) NO LINGÜÍSTICO	PORTADA	
TIPO DE LETRA		
Cursiva		
Negrita		
Subrayada		
COLOR	PORTADA	
Rojo		
Amarillo		
Verde		
Naranja		
Violeta		
Azul		
Negro		
ILUSTRACIONES	PORTADA	
Dibujo caricatura		
Foto de archivo		
Foto noticias		
Foto informativa		
Foto Silueta		
Infografía		

Anexo 03: Instrumento de recolección de datos - Guía de análisis de contenido

GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

En la presente guía se registrará las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria – Abril 2020.

Objetivo específico 2: Establecer las características morfológicas de las portadas del diario virtual La Industria.

[illegible]

Anexo 04: Instrumento de recolección de datos - Guía de análisis de contenido

GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO			
En la presente guía se analizarán los comentarios de los suscriptores realizados en las portadas del diario virtual La Industria – Abril 2020.			
Objetivo específico 3: Analizar los comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario virtual La Industria.			
COMENTARIOS		LENGUAJE	
		Connotativo	Denotativo
P1			
P2			
P3			
04			
P5			

Anexo 05: Instrumento de recolección de datos - Guía de análisis de contenido

GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO			
En la presente guía se registrará la cantidad de like, comentarios y compartidas realizados por los suscriptores del diario virtual La Industria en las portadas – Abril 2020.			
Objetivo específico 4: Identificar la cantidad de like, comentarios y compartidas realizados por los suscriptores en la fan page del diario virtual La Industria.			
Portadas	INTERACCIÓN DIGITAL		
	Nro. Like	Nro. Comentarios	Nro. Compartidas
P1			
P2			
P3			
P4			
P5			
P6			
P7			
P8			
P9			
P10			
P11			
P12			
P13			
P14			
P15			
TOTAL			

GUÍA DE ENTREVISTA

En el presente guía de entrevista se registrará el proceso de percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria – Abril 2020.

Objetivo específico 5: Evaluar la percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria.



EXPOSICIÓN:

1. **Observa la portada ¿Qué es lo que más te llama la atención?**
 - a) Titulares
 - b) Imágenes
 - c) Diseño
 - d) Otros: _____.

ATENCIÓN:

2. **Interpreta. ¿Por qué te llamó la atención?**
3. **¿La portada te genera alguna emoción? ¿Qué emociones te genera?**
 - a) SI
 - b) NO

INTERPRETACIÓN:

4. **¿Alguna vez te ha conmovido emocionalmente una portada de algún diario? ¿Por qué?**
 - a) SI
 - b) NO
5. **¿Qué haces cuando una portada te conmueve emocionalmente? ¿Por qué?**
 - a) Le das me gusta
 - b) Comentas
 - c) Compartes
 - d) Otros: _____.
 - e) N.A

Anexo 7: Matriz de validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: “Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook”						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO						
OBJETIVO						
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR						
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR						
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO		MEDIO		BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR						
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORIA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORIA Y LA SUBCATEGORIA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORIA Y LOS ITEMS
PORTADAS	Lenguaje lingüístico de las portadas	Titulares	Titular expresivo			
			Titular Apelativo			
			Titular informativo			
		Texto	Concisión			
			Garra			
			Veracidad			
			Claridad			
		Lenguaje	Coloquial			
			Culto			
			Jerguero			
			Formal			
	Lenguaje no lingüístico de las portadas	Tipografía	Cursiva			
			Negrita			
			Subrayada			
		Ilustraciones	Dibujo			
			Infografía			
		Fotografía periodística	Foto de archivo			
			Foto noticias			
			Foto informativa			
			Foto Silueta			
		Color	Rojo			
			Amarillo			
			Verde			
			Naranja			
Violeta						
	Azul					
OBSERVACIONES						

Anexo 8: Matriz de validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO								
Título: “Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook”								
NOMBRE DEL INSTRUMENTO								
OBJETIVO								
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR								
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR								
VALORACIÓN								
MUY ALTO		ALTO		MEDIO		BAJO		
						MUY BAJO		
FIRMA DEL EVALUADOR								
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN				
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS		
PORTADAS	Características morfológicas de las portadas.	Diagramación	Filetes					
			Los blancos					
			El recuadro					
			Elemento icónico					
			Imágenes					
			Columnas					
		Estructura	Título					
			Antetítulo					
			Subtítulo					
			Cintillo					
			Cabecera					
			Pie de foto					
			Sumario					
			Índice					
			Noticias destacadas					
			Noticia Principal					
			Titular de noticia principal					
			Foto noticia					
			OBSERVACIONES					

Anexo 9: Matriz de validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: “Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook”						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO						
OBJETIVO						
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR						
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR						
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO		MEDIO	BAJO		MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR						
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS
COMENTARIOS	Tipos de comentarios	Comentario crítico	Comentario crítico			
		Comentario informativo	Comentario informativo			
		Comentario convincente	Comentario convincente			
		Comentario inductivo	Comentario inductivo			
		Comentario interpretativo	Comentario interpretativo			
	Lenguaje	Connotativo	Connotativo			
		Denotativo	Denotativo			
	OBSERVACIONES					

Anexo 10: Matriz de validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO							
Título: “Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook”							
NOMBRE DEL INSTRUMENTO							
OBJETIVO							
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR							
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR							
VALORACIÓN							
MUY ALTO		ALTO		MEDIO		BAJO	
FIRMA DEL EVALUADOR							
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN			
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS	
PORTADAS PUBLICADAS	Interacción	Like	Nro. Like				
		Comentarios	Nro. Comentarios				
		Compartir	Nro. Compartidas				
	OBSERVACIONES						

Anexo 11: Matriz de validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: “Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook”						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO						
OBJETIVO						
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR						
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR						
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO		
FIRMA DEL EVALUADOR						
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS
SUSCRIPTORES	Percepción	Exposición	<i>Observa la portada ¿Qué es lo que más te llama la atención?</i> a)Colores b)Titulares c)Imágenes d)Diseño e)Otros			
		Atención	<i>Interpreta ¿Por qué te llamó la atención?</i>			
			<i>¿La portada te genera alguna emoción?</i> a)SI b)NO			
		Interpretación	<i>¿Alguna vez te ha conmovido emocionalmente una portada?</i> a)SI b)NO			
			<i>¿Qué haces cuando una portada te conmueve emocionalmente?</i> a)Le das me gusta b)Comentas c)Compartes d)Otros e)N.A			
		OBSERVACIONES				

Anexo 12: Constancia de validación por juicio de experto

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Fasauando Lescano Kiluer Manuel
especialista en Periodismo y Docente con DNI 18149021 por
medio de la presente hago constar que realicé la revisión de los instrumentos: guía de
análisis de contenido para el objetivo uno y guía de análisis de contenido para el
objetivo dos, elaborados por los tesisas Benavides Reyes Sharon y Torres Macias
Walter, estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad César Vallejo, identificados con DNI N° 74020868 – N° 72189295, quienes
son autores de "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción
digital de los suscriptores en la red social Facebook".

Una vez indicado lo anterior, considero que dichos instrumentos son válidos para su
aplicación, según sea el contexto:

Observaciones:

Conforme

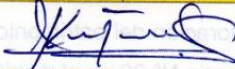
Trujillo, 08 de Julio del 2020




HUELLA DIGITAL

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 13: Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook"						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO		Guía de análisis de contenido				
OBJETIVO		Analizar el aspecto lingüístico y no lingüístico de las portadas del Diario Virtual La Industria				
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR		Fasauando Lescano Kilver Manuel				
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR		Maestro				
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO		
FIRMA DEL EVALUADOR		 DNI 18149021				
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS
PORTADAS	Lenguaje lingüístico de las portadas	Titulares	Titular expresivo	X	X	X
			Titular Apelativo	X	X	X
			Titular informativo	X	X	X
			Concisión			
		Texto	Garra	X	X	X
			Veracidad			
			Claridad			
			Coloquial			
		Lenguaje	Culto	X	X	X
			Jerguero			
			Formal			
			Cursiva			
	Lenguaje no lingüístico de las portadas	Tipografía	Negrita	X	X	X
			Subrayada			
			Dibujo			
		Ilustraciones	Infografía	X	X	X
			Foto de archivo			
		Fotografía periodística	Foto noticias	X	X	X
			Foto informativa			
			Foto Silueta			
			Rojo			
		Color	Amarillo	X	X	X
			Verde			
			Naranja			
Violeta						
Azul						
OBSERVACIONES						

Anexo 14: Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook"						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO		Guía de análisis de contenido				
OBJETIVO		Establecer las características morfológicas de las portadas del D. Virtual La Industria				
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR		Fasauando Lescano Kilver Maxwell				
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR		Maestro				
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO		
FIRMA DEL EVALUADOR		 DNI 18149024				
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS
PORTADAS	Características morfológicas de las portadas.	Diagramación	Filetes	X	X	X
			Los blancos	X	X	X
			El recuadro	X	X	X
			Elemento icónico	X	X	X
			Imágenes	X	X	X
			Columnas	X	X	X
		Estructura	Título	X	X	X
			Antetítulo	X	X	X
			Subtítulo	X	X	X
			Cintillo	X	X	X
			Cabecera	X	X	X
			Pie de foto	X	X	X
			Sumario	X	X	X
			Índice	X	X	X
			Noticias destacadas	X	X	X
			Noticia Principal	X	X	X
			Titular de noticia principal	X	X	X
			Foto noticia	X	X	X
OBSERVACIONES						

Anexo 15: Constancia de validación por juicio de experto

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Feirao Aguirre Carlos Enrique
especialista en Periodismo y comunicador en el área con DNI 03895588 por
medio de la presente hago constar que realicé la revisión de los instrumentos: guía de
análisis de contenido para el objetivo tres y guía de análisis de contenido para el
objetivo cuatro, elaborados por los tesisistas Benavides Reyes Sharon y Torres Macias
Walter, estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad César Vallejo, identificados con DNI N° 74020868 – N° 72189295, quienes
son autores de "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción
digital de los suscriptores en la red social Facebook".

Una vez indicado lo anterior, considero que dichos instrumentos son válidos para su
aplicación, según sea el contexto:

Observaciones:

.....
.....
.....
.....


Trujillo, 16 de Julio del 2020




HUELLA DIGITAL


FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 16: Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook"						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO		Guía de análisis de contenido				
OBJETIVO		Analizar los comentarios realizados por los suscriptores en las portadas del diario Virtual La Industria.				
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR		Feijoo Agurto Carlos Enrique				
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR		Magister				
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO		
FIRMA DEL EVALUADOR		 Carlos Feijoo Agurto 03890588				
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS
COMENTARIOS	Tipos de comentarios	Comentario crítico	Comentario crítico	SI	SI	SI
		Comentario informativo	Comentario informativo	SI	SI	SI
		Comentario convincente	Comentario convincente	SI	SI	SI
		Comentario inductivo	Comentario inductivo	SI	SI	SI
		Comentario interpretativo	Comentario interpretativo	SI	SI	SI
	Lenguaje	Connotativo	Connotativo	SI	SI	SI
		Denotativo	Denotativo	SI	SI	SI
	OBSERVACIONES			Existen muchos comentarios reactivos por la acción de las autoridades y gobierno. El suscriptor cree tener la razón, sin conocer de fondo el problema.		

Anexo 17: Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO									
Título: "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook"									
NOMBRE DEL INSTRUMENTO			Guía de análisis de contenido						
OBJETIVO			Identificar la cantidad de like, comentarios y compartidos realizados por los suscriptores en la página del diario virtual La Industria.						
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR			Feijoo Agurto Carlos Enrique						
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR			Magister						
VALORACIÓN									
MUY ALTO		ALTO		MEDIO		BAJO		MUY BAJO	
FIRMA DEL EVALUADOR			 Carlos Feijoo Agurto 03896588						
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN					
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS			
PORTADAS PUBLICADAS	Interacción	Like	Nro. Like	SI	SI	SI			
		Comentarios	Nro. Comentarios	SI	SI	SI			
		Compartir	Nro. Compartidas	SI	SI	SI			
	OBSERVACIONES			Existen pocas noticias compartidas, así la cantidad de likes. Igualmente, en muchas notas existen pocos o casi ningún comentario respecto a la cantidad de like.					

Anexo 18: Constancia de validación por juicio de experto

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Rosairene Carolina Narvaéz
especialista en Mg. Educación con DNI 46223632 por
medio de la presente hago constar que realicé la revisión del instrumento: Cuestionario
para el objetivo cinco, elaborados por los tesisistas Benavides Reyes Sharon y Torres
Macias Walter, estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad César Vallejo, identificados con DNI N° 74020868 – N° 72189295,
quienes son autores de "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la
interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook".

Una vez indicado lo anterior, considero que dichos instrumentos son válidos para su
aplicación, según sea el contexto:

Observaciones:

Conforme

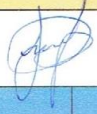
Trujillo, 07 de Julio del 2020



HUELLA DIGITAL


FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 19: Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO						
Título: "Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores en la red social Facebook"						
NOMBRE DEL INSTRUMENTO			Cuestionario			
OBJETIVO			Evaluar la percepción de los suscriptores del diario virtual La Industria			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR			Carolina Narváez Alfaro			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR			Magister			
VALORACIÓN						
MUY ALTO	ALTO		MEDIO		BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR			 Rosairene Carolina Narváez 46223637			
VAR.	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA CATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA CATEGORÍA Y LA SUBCATEGORÍA	RELACIÓN ENTRE LA SUBCATEGORÍA Y LOS ITEMS
SUSCRIPTORES	Percepción	Exposición	Observa la portada ¿Qué es lo que más te llama la atención?	SI	SI	SI
			a)Colores b)Titulares c)Imágenes d)Diseño e)Otros			
		Atención	Interpreta ¿Por qué te llamó la atención?	SI	SI	SI
			¿La portada te genera alguna emoción?	SI	SI	SI
		Interpretación	¿Alguna vez te ha conmovido emocionalmente una portada?	SI	SI	SI
			¿Qué haces cuando una portada te conmueve emocionalmente?	SI	SI	SI
OBSERVACIONES						